

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

O impacto do livro digital na economia do livro físico

Paula Vêras Leal de Oliveira

Matrícula: 111384028

Orientador: Prof. Fabio Sá Earp

ABRIL 2018

Agradecimentos

Aos meus pais, que me apoiaram na escolha de cursar economia e sempre acreditaram em mim. Em especial minha mãe que teve a paciência de ler e reler a cada mudança necessária. Sem eles nada teria sido possível. Então este trabalho é para vocês.

À Fabio Sá Earp, meu orientador, obrigado por todo o aprendizado durante esse período e principalmente por toda a dedicação e disponibilidade. Seus comentários e contribuições foram indispensáveis para que esse trabalho pudesse ser confeccionado.

Resumo

Este trabalho busca analisar as transformações da cadeia produtiva do livro tendo em vista as evoluções tecnológicas que possibilitaram a introdução do livro digital no mercado. A partir de informações de pesquisas sobre o mercado brasileiro nos subsetores de produção, venda e comercialização temos dados para buscar no cenário atual as interferências do livro digital na cadeia produtiva do livro físico.

As mudanças necessárias que diferenciam a cadeia produtiva do livro físico e a do livro digital trazem uma redefinição do poder de barganha entre os agentes, o que impacta diretamente o mercado. Dentro dessa interferência também é necessário tratar o problema da pirataria. Além disso, se faz uma análise da possibilidade da expansão do livro digital pelo fato das crianças que são os novos leitores estarem aprendendo a ler em dispositivos digitais.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	5
CAPÍTULO 1 – A ECONOMIA DO LIVRO	6
1.1. A ECONOMIA DO LIVRO	6
1.2. A CADEIA PRODUTIVA DO LIVRO	6
1.2.1. <i>Setor autoral</i>	7
1.2.2. <i>Setor editorial</i>	8
1.2.3. <i>Distribuição</i>	8
1.2.4. <i>Livrarias</i>	9
1.2.5. <i>Gráficas</i>	10
1.2.6. <i>Bibliotecas</i>	10
1.2.7. <i>Leitores</i>	11
1.3. A RELAÇÃO DENTRO DA CADEIA PRODUTIVA	11
1.3.1. <i>Autores X Editores</i>	11
1.3.2. <i>Editores X Varejistas</i>	12
CAPÍTULO 2 – MERCADOS EDITORIAL E CONSUMIDOR	13
2.1. MERCADO EDITORIAL NO BRASIL.....	14
2.2. A INTERVENÇÃO DO GOVERNO E A QUESTÃO DO PREÇO FIXO.....	17
2.3. MERCADO CONSUMIDOR NO BRASIL	19
CAPÍTULO 3 – ADOÇÃO DE EBOOKS E E-READERS E O MAIOR USO DAS TECNOLOGIAS	
CARACTERÍSTICAS DO LIVRO DIGITAL	21
3.1. DA ESCRITA AO EBOOK, AS TRANSFORMAÇÕES DO LIVRO	21
3.2. CARACTERÍSTICAS DO LIVRO DIGITAL, SUAS VANTAGENS E DESVANTAGENS COMPARADO AO LIVRO FÍSICO	
.....	21
3.3. A PIRATARIA NO LIVRO DIGITAL.....	24
3.4. IMPACTO DO LIVRO DIGITAL NA ECONOMIA DO LIVRO.....	25
3.5. A DETERMINAÇÃO DO PREÇO DO LIVRO DIGITAL	29
3.6. O EBOOK VOLTADO PARA O MERCADO EDUCACIONAL	31
CONCLUSÃO	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	35

Introdução

O livro pode ser definido como o registro gráfico de informações, que diferente de jornais e revistas não é periódico, pode servir para estudo e lazer. O livro é uma das inúmeras opções que as pessoas têm como oferta para serem utilizadas no seu momento de lazer e as ofertas de atividades para compor esse tempo crescem cada dia mais. Apesar disso, o mercado produz uma grande variedade de livros com diferentes preços visando atender a todos os interessados independente de sua classe social.

As novas tecnologias baseadas na internet tendem a revolucionar a indústria editorial com o desenvolvimento de novas formas de apresentação e comercialização da obra literária, uma revolução que alguns autores chegam a comparar com a revolução industrial por causa das alterações causadas tanto na comunicação como na informação. Este processo de inovação passa pela edição eletrônica, pelo livro digital e pela comercialização dos livros físicos e digitais pela internet. Outra forma de valorizar o produto, esta mais antiga, é a venda dos direitos para que obras literárias sejam disponibilizadas em formato de filmes ou séries que dependendo do seu sucesso chegam até mesmo a outros setores externos à economia da cultura.

O presente trabalho tem como objetivo analisar os impactos dos livros digitais e suas plataformas na economia do livro físico. O livro digital afeta a economia do livro físico de diversas maneiras: tentando trazer o leitor para um formato mais moderno; reduzindo os custos na cadeia produtiva, se comparada a produção do livro físico; tornando mais fácil o acesso aos títulos principalmente em regiões mais afastadas dos grandes polos econômico.

Ao longo deste trabalho será exposto como o livro digital interfere na economia do livro físico e para isso, ele foi dividido em três capítulos. No primeiro, é retratado a economia do livro, a divisão de sua cadeia produtiva e as relações entre os elementos da cadeia produtiva. No segundo capítulo será tratado os mercados editorial e consumidor do livro no Brasil, baseando-se nas pesquisas Retratos da Leitura no Brasil e FIPE, além dos casos de intervenção do governo. No último capítulo, será retratado a evolução da escrita até o livro impresso atual e o ebook, além das características do livro digital com suas vantagens e desvantagem perante o livro impresso, a questão da pirataria no livro digital, a determinação do preço no livro digital, os ebooks no mercado educacional e os possíveis impactos que o livro digital pode trazer na cadeia produtiva do livro impresso.

Capítulo 1 – A Economia do Livro

1.1. A Economia do Livro

Um livro impresso é um bem privado, pois seu consumo é rival e excluível, embora, os livros possam ser emprestados a terceiros. De forma preliminar não existe uma falha essencial de mercado, em cada parte da cadeia produtiva há competição entre agentes privados. No entanto, existe interferência do governo na cadeia produtiva, usualmente através das bibliotecas públicas e da compra de livros para escolas públicas, mas também pode haver através de isenção fiscal, política do preço único e das editoras públicas.

Na atualidade podemos considerar duas subdivisões da economia do livro, se formos levar em consideração sua cadeia produtiva. Temos o formato físico que é aquele impresso e o livro em formato digital, o ebook, que nada mais é do que um arquivo que pode ser lido tanto em dispositivos específicos como também no computador, tablet ou até mesmo no celular. O livro impresso é um bem privado, pois seu consumo é rival e exclusivo; já o consumo do livro digital é não-rival e se for pirata também será não-excluível, sendo assim, um bem público - ilegal, porém público.

No mercado físico do livro, assim como na economia da cultura como um todo há grandes riscos derivados da incerteza acerca do tamanho da quantidade demandada, que tentam ser minimizados através da multiplicação de oferta e do controle da distribuição. Ou seja, são lançados grandes volumes de títulos para que se tenha sucesso mesmo que as vendas da maioria dos títulos sejam em quantidade muito reduzida.

Ginsburgh e Throsby (2008) afirmam que os livros são bens de experiência, ou seja, somente após o consumo se consegue aprender o valor. Além disso, os livros são caracterizados por terem altos custos fixos e baixos custos marginais. Alguns livros são extremamente bem-sucedidos, são best-sellers, mas isso não é usual, a maioria não obtém êxito nas vendas, dessa forma, livrarias e editores muitas vezes se utilizam de subsídios cruzados.

É usual que o preço do livro seja excedido pelos custos de oportunidade de consumir o mesmo, visto que a leitura de um livro pode ser considerada como investimento de forma privada na cultura. As bibliotecas e a pirataria são consideradas substitutos imperfeitos e gratuitos à compra de livros, são imperfeitos por causa da qualidade inferior.

1.2. A cadeia produtiva do livro

A cadeia produtiva do livro engloba desde o setor autoral até o consumidor final. Sendo assim, a cadeia produtiva do livro compreende uma sequência de atividades que encadeiam

desde a elaboração do conteúdo pelo setor autoral, passando pelos setores editorial, gráfico, produtor de papel, produtor de máquinas gráficas, distribuidor, atacadista, livreiro e bibliotecário, chegando assim nas mãos do consumidor final, o leitor.

A maioria das partes da cadeia produtiva possuem um número aceitável de players. Contudo, a divisão entre os setores da cadeia produtiva é desigual, sendo assim, o autor, que gera o conteúdo, não é quem tem o maior percentual sobre a distribuição do preço que chega ao consumidor, também chamado de preço de capa, na realidade é um dos menores percentuais. O autor recebe no máximo 10% do preço de capa do livro, a menor porcentagem na distribuição, juntamente com o distribuidor.

Tabela 1 – Distribuição (%) do preço de capa de um livro no Brasil

Distribuição (%) do Preço de Capa de um Livro no Brasil	
	%
Direitos Autorais (Autor)	10%
Custos Editoriais e Manufatureiros	25%
Margem da Editora	15%
Distribuidor	10%
Livraria	40%

Fonte: SÁ EARP, F.; KORNIS, G. **A economia da Cadeia Produtiva do Livro**. (2005: p.24)

A distribuição do preço de capa do livro pelos setores da cadeia produtiva não é arbitrária, ela leva em consideração os riscos que cada setor incorre na produção da obra, suas responsabilidades, a pressão ou poder de barganha que tem perante os outros elos da cadeia. Logo, se faz indispensável o detalhamento de cada setor.

1.2.1. Setor autoral

É usual representar o setor autoral como o autor, sendo somente um indivíduo, mas muitas vezes ocorre de ser um grupo ou ainda uma organização. É o autor que cria o conteúdo do livro, mas como vimos na tabela anterior tem uma participação pequena no preço de capa, isso ocorre pelo fato de ter uma posição limitada na cadeia produtiva. Seu direito sobre a obra é estabelecido pelo direito autoral. Autores de best-sellers geralmente têm uma participação nos lucros do produto ou um royalty superior a 10% do preço de capa, podendo ser sob a forma de participação nos lucros ou percentual maior segundo o volume das vendas.

O direito autoral é a forma pela qual permite que a remuneração do autor aumente percentualmente com a venda da obra ao consumir final. Ao redor do mundo é reconhecido

esse direito do autor, mas o mesmo varia de acordo com a lei adotada em cada país. A remuneração do autor pelo direito autoral é prejudicada pela pirataria, onde a reprodução é descontrolada e não se repassam os direitos.

1.2.2. Setor editorial

A função das editoras é de avaliar o conteúdo do livro e obter o direito junto ao autor, corrigir o texto e decidir qual o tamanho da tiragem e a programação para o lançamento. O editor exerce um grande papel na cadeia produtiva, tal papel poderia ser considerado como o fio condutor entre o conceito da obra e sua formulação para venda, ou seja, é o editor que recebe do autor a obra, coordena todo o processo de diagramação, impressão e coordena a distribuição.

A seleção de livros de uma editora depende principalmente do editor responsável. As editoras podem ser divididas principalmente pelo tipo de livros, sendo assim, temos editoras de obras gerais; didáticos; científicos, técnicos e profissionais (CTP); religiosos. Normalmente temos dentro das editoras uma linha editorial, para que a divulgação, distribuição e comercialização seja focada num determinado público e se torne mais fácil.

Há uma grande oferta de títulos presentes nos catálogos dos editores para oferecer as livrarias, isso para que haja mais oportunidades de emplacar um título que cubra os outros títulos que não são economicamente viáveis. Um catálogo é formado por livros novos e antigos, sucessos e encalhes, e o subsídio cruzado, ao desviar recursos dos bem-sucedidos para cobrir o prejuízo dos fracassos, é essencial para o equilíbrio econômico da editora.

1.2.3. Distribuição

O distribuidor é responsável pela administração e controle dos estoques, incluindo também as entregas para reposição dos exemplares vendidos, encarregado de controlar os estoques em livrarias e o de vendas pela internet. No caso das livrarias é usual que as mesmas obtenham os livros por consignação, dessa forma, não se faz necessário ter um grande capital de giro, ao contrário do editor que precisa ter capital suficiente para suportar as despesas até que as vendas dos livros consignados venham a se realizar. É também atribuição da distribuidora a recolha dos livros que ficaram encalhados nas livrarias, substituindo os mesmos por novas ofertas que levem em consideração as preferências da livraria.

A distribuição, em geral, é feita de forma terceirizada, devido ao fato de que a logística para distribuição de apenas exemplares do mesmo livro seria muito mais custosa. Se tratando de livrarias, as mesmas pedem estoques muitas vezes pequenos de cada título, além das remessas de pequenos volumes, muitas vezes volumes únicos que são vendidos pela internet.

1.2.4. Livrarias

Como dito anteriormente, é usual as livrarias adquirirem por consignação os livros e precisam estocar os volumes, pelo fato das vendas as vezes demorarem, por isso é necessário que o livreiro defina três pontos principais para estabilização de uma livraria. É importante, inicialmente determinar a localização, ou seja, um ponto de venda que facilite ao consumidor, mas que também leve em conta os custos com o imóvel que são os custos fixos que incidirão no lucro do livreiro; outra preocupação é quais títulos vender, isso faz com que as pequenas livrarias, se especializem em nichos do mercado; e por último, o livreiro tem de se programar para escolher a quantidade de cada título em seu estoque.

Sendo assim, o livreiro corre grandes riscos e para minimizá-los, se tiver recursos tenta fazer da livraria uma megastore, que nada mais é do que adicionar eventos, CDs e DVDs. As grandes redes de livrarias têm grandes vantagens sobre as médias e pequenas principalmente por causa das economias de escala e pelo seu poder de barganha.

Segundo Earp, Kornis e Prado, com a entrada dos leitores digitais, as livrarias, temendo os efeitos que isso poderia causar desejam atrasar esse avanço dos ebooks buscando a defesa da regulação do mercado tentando aumentar as chances de sobrevivência da sua cadeia de distribuição e dos livreiros nacionais. As consequências desta nova tecnologia impactam os aspectos das políticas públicas pelas questões concorrências e regulatórias, mas se faz necessário que haja uma determinação do limite entre o que é a defesa do interesse comum e a do interesse privado. Para os leitores é importante que haja um alcance cada vez maior de obras de cunho diversificado e com preço baixo, assim, não importa qual é a editora, a gráfica ou a livraria e se são ou não nacionais.

Com a popularização dos ebooks e, sobretudo, das vendas de livros impressos pela internet as livrarias passaram a sofrer com a concorrência das plataformas digitais, pois até mesmo grandes empresas de ramos distintos, como supermercados e redes de lojas como Casas Bahia, Ponto Frio, Submarino, Americanas e as próprias editoras possuem em seus sites uma parte destinada a entrega de livros físicos e ebooks. A compra dos livros físicos pode ser realizada 24 horas por dia, com um prazo de entrega relativamente curto e os livros em formato digital são entregues através de download praticamente no mesmo instante.

De acordo com o IBGE (2005) menos de um terço dos municípios brasileiros possuem livrarias, pois a demanda em tais locais não supre os custos do ponto de venda. Com a evolução da tecnologia, temos o comércio eletrônico que compensa essa brecha que as livrarias não conseguem atender, cabe então as editoras e livrarias estabelecerem um sistema online de venda

que atenda aos leitores. Para enfrentar a concorrência das livrarias digitais os livreiros deveriam replanejar suas lojas para oferecer um ambiente mais atrativo ao público com novos serviços; desta maneira, as livrarias teriam uma chance maior de sobreviver, como centros de cultura e lazer. Tais mudanças não podem ser realizadas pelas pequenas livrarias, que não sustentariam tal investimento e para estas, a única solução a ser considerada viável seria a especialização em um nicho ou se optarem pela plataforma digital, terão de se juntar a outras livrarias, tal como é o caso da Estante Virtual para os sebos brasileiros.

A transformação das livrarias em áreas de cultura e lazer, ou seja, as megastore, estão no caso brasileiro atreladas a expansão dos shoppings. De acordo com Souza (2017), as megastores diferenciam-se das livrarias comuns não somente pelo tamanho, quantidade de obras e por atender os setores de CDs e DVDs e muitas vezes papelaria, mas também pelo conforto que proporcionam no ambiente, pelos cafés que são parte integrante, pela composição do público que cativam, se tornam uma referência para o lazer de seus clientes. A venda do livro representa apenas uma das possibilidades da interação entre os clientes e a loja.

1.2.5. Gráficas

Dentro da cadeia produtiva do livro, o setor gráfico é o que incorre em menores riscos, pois não participa da decisão de número de exemplares produzidos por título, os riscos são de responsabilidade do editor, assim, é este que também recolhe os lucros, quando há. A gráfica é onde a tecnologia influencia na produção do livro físico, através do maquinário. O investimento nesse setor da produção tem de ser constante, visto que são necessárias atualizações constantes na planta industrial da gráfica. É o único setor que tem ativos tangíveis que podem ser negociados para obtenção de crédito, isso o diferencia dos outros setores anteriores.

1.2.6. Bibliotecas

A principal função é levar a leitura ao público em geral, contudo é usual que haja foco em determinado público-alvo que vá atender, seria impossível para uma biblioteca ter todos os livros necessários, não haveria espaço físico para suportar tamanha quantidade de estoque. No exterior, principalmente nos Estados Unidos, a força no mercado é grande, por conta da grande aquisição de exemplares diversificados. No Brasil, as bibliotecas sofrem grandes falhas devido à falta de recursos ou má administração e com isso na maioria das vezes não são capazes de corresponder a demanda do público.

Paulo V. Grande (2011) expõe que em 1999 um dos cofundadores da Google propôs um projeto para criação de uma nova biblioteca de Alexandria só que desta vez na forma digital.

Tal projeto tinha como finalidade a consulta de trechos, leitura de alguns capítulos dependendo se o texto tem ou não proteção de direitos do autor e para que se tenha referências para a compra ou empréstimo através das bibliotecas, sendo assim, o download do livro inteiro não era a finalidade desejada. O acesso a informação seria ampliado significativamente, pois o usuário com acesso a um dispositivo juntamente da internet tem a possibilidade de procurar uma obra que não conseguiria antes. Há muitas facilidades e segurança que o formato digital proporciona.

Existem dois tipos de obras, as com e as sem proteção autoral. As sem proteção são aquelas que já se encontram em domínio público, ou seja, o acesso total a obra é permitido; já nas obras com proteção autoral só se é permitido o acesso a alguns trechos. Segundo Grande (2011), as bibliotecas podem sofrer um aumento de seus custos para que se tenha acesso à base do Google, pode haver uma mudança no hábito dos leitores com a migração para o digital, causando uma dependência do meio digital. Essa dependência da tecnologia tem a desvantagem de que se houver uma falha de comunicação ou uma indisponibilidade do acervo digital, o leitor estará impossibilitado de ter contato com as obras.

1.2.7. Leitores

Os consumidores têm dificuldade em decidir qual livro comprar, pois os livros são produtos de experiência. Para auxiliar existem várias instituições, especialistas, impressões em jornais e internet, listas de best-sellers e principalmente a cultura de boca-a-boca que é extremamente forte. Além disso, há informações transmitidas através de premiações e recompensas e clube de livros que pré-selecionam títulos, o que auxilia a escolha do leitor.

1.3. A relação dentro da cadeia produtiva

1.3.1. Autores X Editores

Segundo Ginsburgh e Throsby (2008), autores e editores compartilham os riscos, assim os autores ganham uma porcentagem das vendas, usualmente no valor de 10%, e ainda em pouquíssimos casos, uma parcela dos lucros brutos. Modificar os termos de contrato entre as partes incorre no perigo de alcançar alocações incorretas. Uma fração maior para a editora tem como consequência um número maior de livros publicados, pois se torna mais lucrativo publicar livros e ainda existem muitos autores que aceitam taxas mais baixas por haver uma reserva muito grande de autores iniciantes. Uma parcela maior para os autores incorre em um maior risco para o editor, resultando em menor quantidade de livros publicados e uma menor possibilidade para escritores iniciantes.

O principal objetivo das editoras é obviamente ganhar dinheiro, mesmo aquelas amantes da cultura que querem também compensar as falhas de mercado. Depois que um manuscrito é aceito as editoras querem ganhar o máximo possível com ele. Os autores podem ainda completar o valor que recebem pelos livros vendidos com outras fontes de renda, os rendimentos secundários: venda de direitos para transformar as obras em filmes ou séries, dependendo do sucesso há a possibilidade de venda de direitos de imagem para setores externos à economia da cultura. Os rendimentos secundários cresceram consideravelmente por causa da internet e da globalização.

1.3.2. Editores X Varejistas

Existem problemas entre editores e varejistas principalmente no que se refere aos pontos de venda e a estoque. Caso um livro encalhe, o revendedor deseja se livrar do estoque o mais rápido possível, pois as prateleiras não são suficientes para a quantidade de livros que são lançados e podem ser best-sellers. As soluções para esse problema são as lojas de vendas de livro de segunda mão, vendas de sobras de tiragem, estratégias de preços mais baixos e instrumentos que têm o objetivo de compartilhar os riscos entre esses dois setores da cadeia produtiva.

No Brasil, há um sistema entre as editoras e os varejistas de vendas em consignação, que ocasiona uma margem maior de possibilidades para os varejistas e coloca uma quantidade maior de riscos para os editores, ainda há a possibilidade de uma maior redução de riscos por parte dos revendedores se utilizarem acordos de venda por atacado. Devido ao fato do livro de ser bem definido, fácil de transportar e o contato com o vendedor normalmente não ser necessário é fácil de vender o livro pela internet. Na internet, as possibilidades de armazenamento, revisão e pesquisa são praticamente ilimitadas, e aí temos a base do sucesso da Amazon.

Capítulo 2 – Mercados editorial e consumidor

A criação do hábito de leitura, iniciado na infância, leva em consideração fatores como: se a família já possui esse hábito; o acesso que se tem ou não ao livro, seja através da compra ou bibliotecas; o preço do livro e a presença do sistema educacional no incentivo à leitura. A demanda no Brasil é bem menor do que em outros países, principalmente pelo fato do preço do livro ser alto em relação à média do poder aquisitivo do brasileiro. Além do fator monetário, o livro encontra outras dificuldades como o fato do mesmo ser uma opção de lazer entre muitas outras; a circulação que na maioria das vezes se restringe ao sudeste. No caso do Brasil, sofremos com a falta da tradição da leitura, nesse capítulo será apresentado os mercados editorial e consumidor no Brasil, além dos motivos para uma intervenção do governo.

O mercado do livro é relativamente simples em comparação com os outros mercados culturais, sendo caracterizado pela competição monopolística e pelo produto ter um ciclo de vida muito curto se comparado com produtos de outros setores da economia. O poder de monopólio é exercido por um tempo curto, após esse período pode haver uma diminuição dos preços. Os produtos deste mercado são diferenciados uns dos outros; os preços dos bens são estabelecidos pelas empresas e não pelo mercado; pelo fato de termos um grande número de vendedores, as empresas desconsideram os efeitos que sua decisão de preço possa provocar no comportamento das suas concorrentes; não há barreiras à entrada. Filmes e peças de teatro envolvem um profundo conjunto de profissionais diferentes que tem de interagir, além dos custos de produção serem muito maiores nos filmes e nas peças do que nos livros.

Os editores têm dificuldade de encontrar o leitor para cada obra literária, pois pôr um título no mercado tem seus riscos de não ser encontrado devido à enorme quantidade de títulos, muitos deles sobre o mesmo assunto. Muito desse excesso se dá pelo fato de que frequentemente a venda de 3.000 exemplares de um título já paga os custos da produção do mesmo e ainda a descoberta de um best-seller torna economicamente viável muitos outros títulos. Algumas editoras, para diminuir o risco de não verem suas obras notadas, vêm se especializando em um nicho para obter uma vantagem competitiva perante as não especializadas, mas por sua vez esta especialização incorre em outros tipos de risco, os admiradores de tal nicho podem preferir a partir de certo ponto outra forma de lazer. Cada editora possui um portfólio de livros em constante mudança, tendo que decidir constantemente sobre o que vai oferecer e o preço de cada obra dentro de seu catálogo; um portfólio diversificado deriva de números de títulos e diferenciação de gênero que a editora pode ter. O preço imposto pela editora reflete no preço final dos livros, o preço de capa e por sua vez na possibilidade de leitura.

O comportamento das empresas do ramo tem mudado nas últimas décadas, antes era habitual que as editoras se focassem nos best-seller, hoje a rentabilidade vem da soma do seu catálogo. O caso da Amazon pode servir de referência, pois menos da metade de sua receita é originária dos best-sellers. A indústria editorial tem ao longo dos anos ofertado livros no formato impresso ao seu público, mas recentemente vem crescendo a oferta da obra literária através do formato digital.

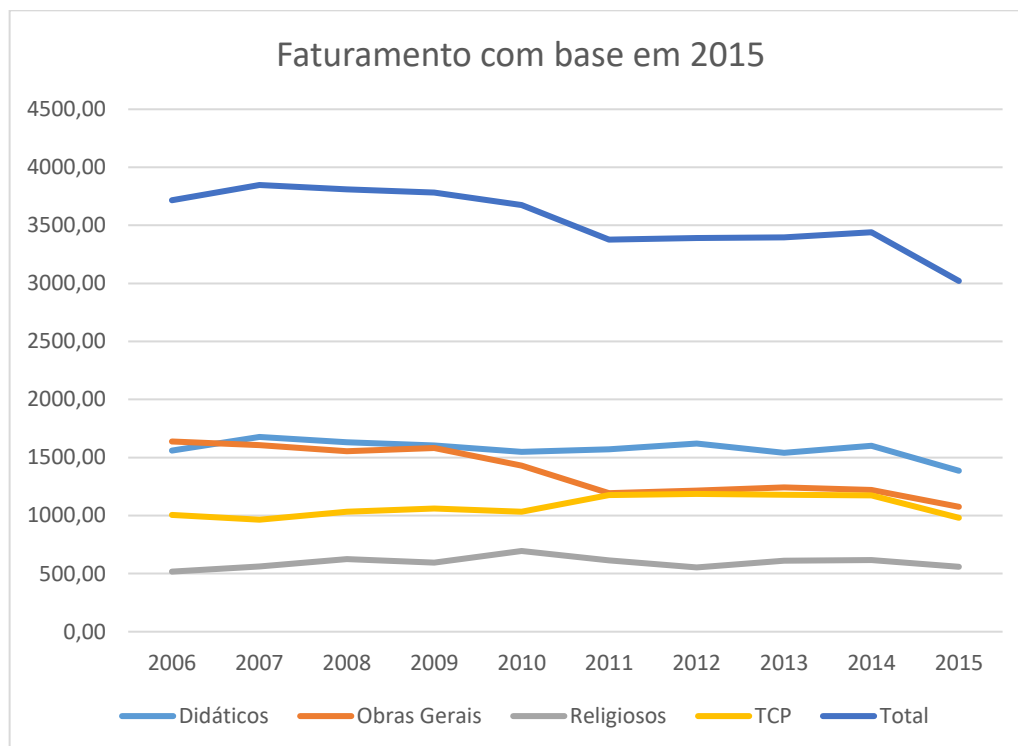
2.1. Mercado editorial no Brasil

A principal fonte de pesquisa feita no Brasil sobre os leitores é a “Retratos da leitura no Brasil” que é realizada desde 2000 pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) com o apoio do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e da Associação Brasileira dos Editores de Livros (AbreLivros), tal pesquisa gera dados utilizados tanto por investidores como editores para ter um cenário de qual área investir e também para acompanhar a evolução do formato digital. A pesquisa atualmente conta com quatro edições, a última datada de 2015. Ainda temos a pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial” de 2011 encomendada pela CBL e SNEL, a Fipe e os relatórios de gestão da CBL.

Segundo a última edição da “Retratos da leitura no Brasil” houve um crescimento de 6 pontos percentuais com relação à pesquisa anterior de 2011, passando assim a termos 56% dos brasileiros sendo leitores. Outra descoberta feita pela pesquisa é a de que 41% dos leitores tem conhecimento dos livros digitais e que dessa porcentagem apenas 26% já leram neste formato. A leitura no formato digital é em grande parte feita pelos leitores através dos smartphones e computadores; os tablets e leitores digitais até o presente momento não conquistaram o grande público.

O relatório da CBL de 2013, que tem base na pesquisa realizada pela FIPE, demonstra que entre os anos de 2010 e 2011 houve uma diminuição de 6,11% nas vendas, mas o que agrava essa situação é o fato de que no acumulado, entre os anos de 2004 e 2011, a queda real é de 44,9%. A pesquisa FIPE mostra que entre 2010 e 2011 houve um crescimento de aproximadamente 30 milhões de exemplares vendidos e com isso teve um faturamento real acrescido de 0,81%. Já no ano de 2015 houve uma queda na produção de mais de 10% e uma diminuição real no faturamento de mais de 12%, dados que podem ser vistos no gráfico abaixo. A curva dos livros didáticos é a que mais se assemelha a curva do setor devido ao peso que este segmento tem perante ao faturamento total.

Gráfico nº1 – Faturamento Real (preços constantes 2015)



Dados da pesquisa FIPE (2016), elaboração própria

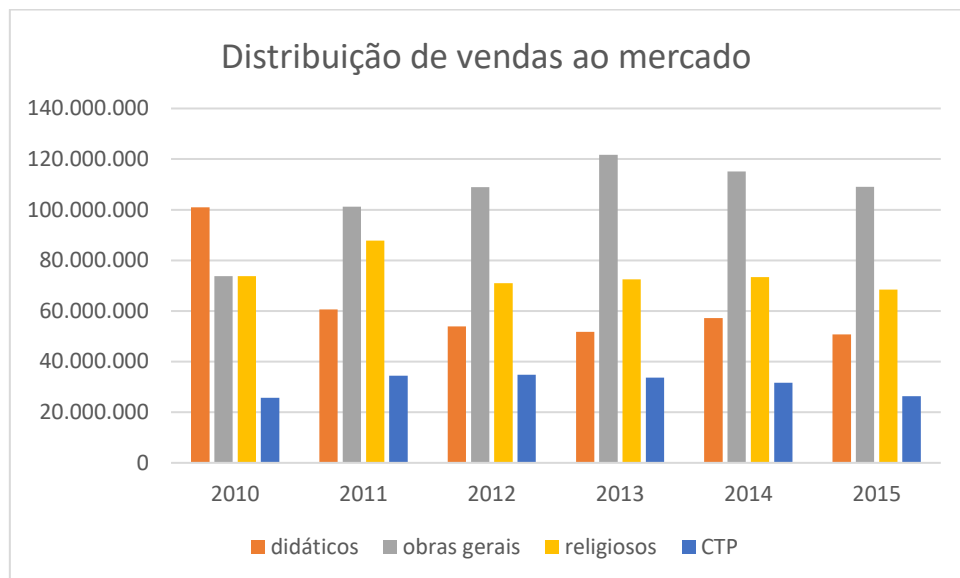
O preço médio do livro cobrado ao mercado em todos os segmentos sofreu uma redução entre os anos de 2006 e 2015 se considerarmos a preços constantes de 2015, mas o número de exemplares vendidos ao mercado aumentou, apesar disso o faturamento do setor reduziu no acumulado, houve uma redução no faturamento na ordem de 18,7%. O segmento que sofreu o pior desempenho durante os anos analisados foi a de obras gerais, que teve uma redução no faturamento acumulado a preços constantes de 34%. Os livros religiosos foram os que apresentaram entre o setor o melhor comportamento, cresceram 8% no faturamento a preços constantes. Os segmentos de TCP e didáticos também apresentaram redução no faturamento, respectivamente de 2% e 11%. Com a forte crise da economia brasileira em 2015, o setor editorial como um todo foi afetado desfavoravelmente.

No 4º Congresso Internacional CBL do Livro Digital, realizado em 2013, foi realizada a pesquisa “Mercado do Livro Digital no Brasil”, que segundo o relatório da CBL do ano seguinte, revela que mais da metade dos editores e livreiros presentes já haviam comercializado livros em formato digital, mas que os mesmos têm receio com relação ao formato técnico.

As editoras vendem para o mercado e para o governo; no caso do governo a oscilação ocorre com periodicidade, são compras muito grandes e em sua maior fração composta por

livros didáticos que são encaminhados às escolas públicas e nos últimos anos um aumento na compra de obras gerais.

Gráfico nº2 – Distribuição de vendas ao mercado (exemplares vendidos X ano)

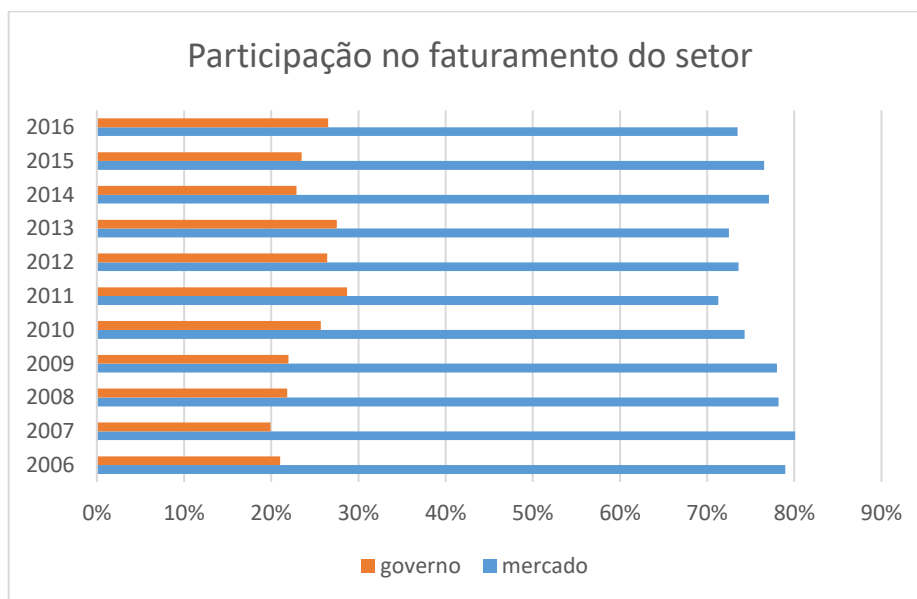


Fonte: Dados FIPE (2016), elaboração própria

O número de exemplares vendidos ao mercado no acumulado de 2010 a 2015 sofreu uma queda de aproximadamente 20 milhões de exemplares. Sendo que apenas os livros classificados como obras gerais e os CTP tiveram um crescimento. A queda em relação aos livros didáticos nesse período se aproxima a 50%, muito da queda específica nesse grupo se deve a muitas escolas particulares não mais adotarem livros de editoras, mas sim apostilas de confecção da própria instituição. Outro forte setor nas vendas ao mercado é o de obras gerais, onde estão os best-sellers, esse setor teve um aumento de 48%, mas não foi o suficiente para compensar a importância que os didáticos têm e que por isso levaram o setor a uma queda juntamente com os livros religiosos.

2.2. A intervenção do governo e a questão do preço fixo

Gráfico nº3 – Participação no faturamento do setor (preços constantes 2016)

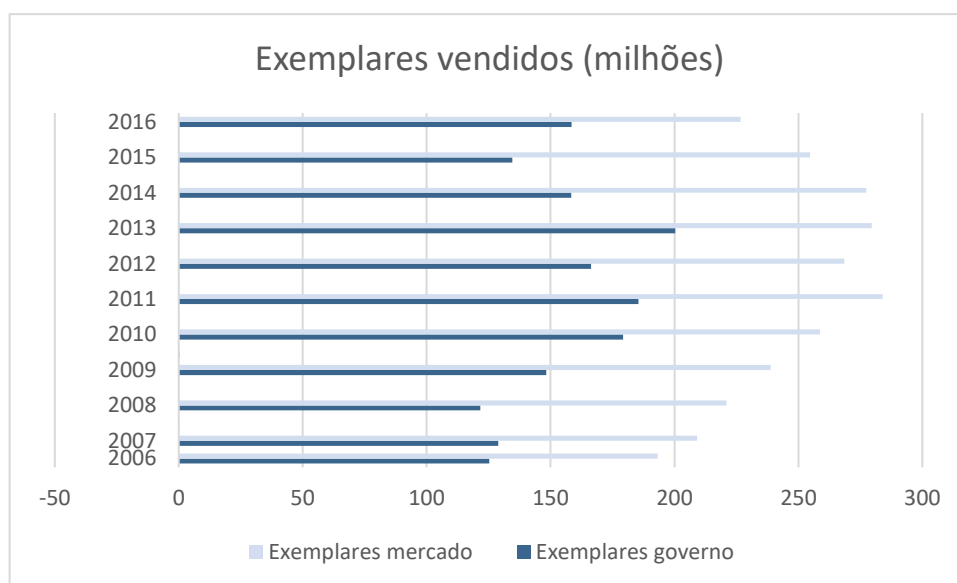


Fonte: Dados FIPE (2016), elaboração própria

O governo compra em grande quantidade para abastecer as escolas e bibliotecas públicas. A participação do governo no período se mantém em torno dos 20%, o ano com maior participação, foi o de 2011. A participação de 20% no faturamento, não retrata o percentual de exemplares vendidos ao governo. O governo compra diretamente nas editoras e somado as grandes quantidades adquiridas, o mesmo, possui um alto poder de barganha. Segundo Salgado (2008), o preço que o governo paga muitas vezes gira em torno da quarta ou quinta parte do valor pago pelo mercado. O preço que o governo paga é formado pelo preço de custo acrescido de uma margem mínima aplicável, as editoras são forçadas a vender por esse preço devido ao poder de oligopsônio do governo.

Os anos de 2008 e 2010 foram os com maior aumento do faturamento com o governo, mas esses mesmos anos foram os que apresentaram uma variação percentual maior do faturamento do setor, ou seja, o aumento foi do setor não somente do governo. No acumulado, o faturamento com as compras do governo teve um aumento de 4,58%, enquanto o setor teve seu faturamento reduzido em 17,08%.

Gráfico nº 4 – Exemplares vendidos



Fonte: Dados FIPE (2016), elaboração própria

O governo adquire cerca de 40% dos exemplares vendidos pelo setor durante o período, o número de exemplares vendidos cresceu 26,5% enquanto os vendidos ao mercado cresceu 10% menos. Apesar disso, o setor teve um aumento de 20,88%, isso porque a participação percentual no número de exemplares vendidos ao governo é menor.

Em alguns países há a política de preços fixos do livro, no nosso caso, existe uma proposta de lei sendo discutida no Congresso visando impor um acordo de preços fixos de livros. Esse acordo seria aplicado a todos os livros colocados no varejo durante os primeiros 18 meses após seu lançamento, sob essa regra, a editora tem o direito de impor o preço dos títulos no varejo e influencia os preços de atacado, ainda estabelece margens brutas para os varejistas. Após o período delimitado, os descontos são permitidos e a concorrência pode desempenhar seu papel.

Os lucros de monopólio são maiores do que os lucros no equilíbrio competitivo, assim, mais títulos são publicados/vendidos sob a política de preços fixos do que num mercado competitivo. Com preços fixos é possível imprimir e vender livros extras a um custo marginal e quase não crescente. O preço fixo dos livros apesar de permitir uma maior variedade de títulos, faz com que os preços sejam mais altos do que se fosse competitivo, assim, a venda de cada título é menor, mas compensada pelo maior preço. Também não há incentivo para que seja desenvolvido canais inovadores de distribuição, pois os custos de pesquisa e desenvolvimento não pode ser repassado aos consumidores.

Os preços fixos são interessantes se o preço maior compensar a menor quantidade de exemplares vendidos, caso contrário, o preço fixo não é desejável. Os defensores da política do preço fixo afirmam que mesmo que não haja concorrência através dos preços, há concorrência não-preço. A disputa encontra-se na fidelização do cliente, através da qualidade no atendimento, buscando uma quantidade maior de consumidores. Argumentam ainda que, para as livrarias, uma margem de lucro maior faz com que haja incentivo à colocação de mais títulos nas prateleiras que sejam considerados incertos, ou seja, não são de autores conhecidos.

Apesar de apresentar vantagens na ampliação da quantidade de títulos, afirmar que um preço mais alto leva a um melhor serviço, não é um argumento válido para suportar o uso da política de preços fixo do livro. O aumento de títulos nas prateleiras pode ser obtido com outras políticas mais eficientes.

Os livros são substitutos imperfeitos entre si; por serem de diferentes autores, diferentes temas e até mesmo idiomas originais diferentes. A política de preços fixo permite que haja subsídios cruzados de best-sellers para livros menos populares, diversificando as prateleiras das livrarias. Dessa forma, o preço fixo possui os custos de bem-estar e da economia política de um monopólio. Livros de não ficção possuem uma elasticidade de preço elevada, pois podem ser substituídos dentro de seu gênero.

Outro problema da política de preços fixo é que não há garantias de que realmente editores/livreiros usem os lucros de monopólio para garantir a presença de livros com públicos menores nas prateleiras. Os lucros podem ser desviados para contornar uma falha de gestão produtiva. O preço fixo dificulta a inovação e a distribuição, pois não há incentivo, os custos não podem ser repassados.

Ao invés de utilizar a política de preços fixo, talvez seja melhor o governo estimular a leitura de uma grande variedade de livros investindo em bibliotecas públicas, sejam elas físicas ou digitais; educando; subsidiando autores para escrever livros de alto valor cultural; traduzir os melhores livros para outros idiomas e os promover no exterior.

2.3. Mercado consumidor no Brasil

A oferta de títulos aumenta a cada ano e o consumidor não consegue absorver toda a oferta, ficando perdido em meio a tantas opções que o cercam. Somando-se a isso, as pessoas possuem cada vez menos tempo de lazer e para preenchê-lo há inúmeras opções além do livro.

A maior porcentagem de leitores no Brasil encontra-se na região sudeste, de acordo com a 4ª Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, isso pode ser explicado, pois esta região é o centro econômico do nosso país. Nessa região se concentra a maior quantidade de livrarias, enquanto

em outros lugares não há nenhuma. A ausência de livrarias desestimula a leitura, pois os leitores ficam reféns das vendas de livros por internet, de lojas de departamento e bancas de jornais. Nas compras por internet, o leitor tem de esperar a entrega; no caso das bancas de jornais e lojas de departamento, a variedade é muito limitada. Com o surgimento dos livros digitais, o consumidor pode comprar e receber o arquivo dentro de segundos, assim, a falta de livrarias deixa de ser uma barreira ao incentivo a leitura.

Outro fator que influencia na leitura é a escolaridade, segundo dados da última pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, quanto maior o grau de escolaridade que a pessoa tem, maior será a quantidade de livros lidos por ano. De acordo com Salgado (2008), a baixa escolaridade normalmente está aliada a uma falta de tradição de hábitos de leitura e ao baixo poder aquisitivo.

O hábito de leitura geralmente é assimilado na juventude por influência familiar e das escolas, ou seja, adultos que são leitores motivam seus filhos a se tornarem leitores também. A formação educacional tem um papel fundamental, já que a faixa etária com maior concentração de leitores é a de 05 a 24 anos, essa faixa etária é composta principalmente por estudantes em diferentes graus de ensino.

O poder aquisitivo também causa uma barreira a leitura, pois o Brasil diferentemente de outros países possui de forma geral um baixo poder aquisitivo, onde o livro é consideravelmente caro comparado ao salário mínimo vigente. As bibliotecas poderiam resolver esse problema, mas no caso do Brasil, elas possuem um acervo muito limitado e até mesmo ultrapassado, somente poucas bibliotecas universitárias fogem a essa regra. As bibliotecas digitais por terem uma quantidade maior e atualizada de arquivos pode ser uma solução para a substituição das bibliotecas que não suprem a demanda, além disso, uma biblioteca digital pode atender leitores de todo o mundo.

Capítulo 3 – Adoção de ebooks e e-readers e o maior uso das tecnologias características do livro digital

3.1. Da escrita ao ebook, as transformações do livro

Os registros iniciais da escrita datam de 4000 a.C. com os desenhos pictográficos que transmitiam ideias e objetivos em pedras, madeira ou até mesmo argila. Em 2400 a.C. se tem um aprimoramento do material a ser utilizado que passa a ser o papiro que tem uma armazenagem e manuseio mais fácil que os anteriormente utilizados. Já no século XI a.C., o papiro que tinha dificuldades na produção é substituído pelo pergaminho que se podia obter com mais facilidade por ser constituído de couro de animal. Outra mudança no material é o que ocorre no século seguinte, onde obtemos o papel propriamente dito, é nessa época também que se inicia o desenvolvimento da popularização da escrita. Temos outra mudança em 1448, mas essa diferente das anteriores, que como dito são mudanças no material onde a escrita se encontra, é uma mudança na forma de escrita que com a invenção de um equipamento de impressão de Johannes Gutenberg, que nada mais é do que a primeira impressora móvel, que barateou o custo, ajudando a popularizar o livro. Sendo assim, temos o aspecto de livro impresso que vemos até hoje.

Os leitores portáteis permitem uma maior portabilidade de uma grande quantidade de títulos em um dispositivo acessível de ser transportado, são como computadores, mas livres de tudo que é considerado dispensável à leitura. Diferente dos outros eletrônicos que são utilizados para leitura, mas que não tem essa como seu objetivo principal, como os smartphones, tablets e computadores; o leitor portátil visa o conforto da leitura.

Atualmente, estamos em uma transformação em curso que se deve as tecnologias que se desenvolveram nesses últimos anos, principalmente com o surgimento da internet. Temos a integração do literário com o digital que gerou os livros em formato ebook que são lidos em outra transformação recente, os dispositivos eletrônicos de leitura. Dessa forma, temos transformações no material utilizado e na escrita da obra.

3.2. Características do livro digital, suas vantagens e desvantagens comparado ao livro físico

Em 1998, há a criação dos ebooks reader device que são os dispositivos e softwares de leitura digital, o primeiro modelo comercializável foi o Rocket e-Book, que era um pouco maior que um livro de bolso. Contudo, já em 1971 Michael Hart disponibilizava como parte do Projeto Gutenberg arquivos no formato .txt e antes disso, a possibilidade de se ter um livro eletrônico foi pensada por Vannevar Bush já em 1945. A idealização de Bush diferente do que temos

atualmente, era composta por microfilmes inseridas no aparelho intitulado Memex. No ano de 1968, o cientista Allan Kay presumiu que na década de 90 já haveria computadores portáteis do tamanho de um livro com consumo reduzido de energia, mas diferente dos notebooks que portamos hoje, o dispositivo chamado Dynabook, teria duas telas e nenhum teclado; um dispositivo criado pela Sony em 1986 tem as principais características que Allan Kay previa.

Os ebooks atualmente podem ser encontrados em diferentes formatos entre eles: o pdf, o mobi e o epub; que podem ser baixados para diferentes dispositivos eletrônicos através de downloads. Usualmente muitas editoras disponibilizam seus livros nos formatos digital e impresso.

Os *ebooks reader devices* possuem aplicações que não são possíveis ao papel, tais como: grande capacidade de armazenamento, chegando entre 400 e 500 mil páginas suportadas, busca por trechos, luz interna para leitura a noite, entre outras funções; mas por outro lado também aplicam algumas características do livro impresso, como: paginação, as notas no rodapé da página. Após o primeiro modelo comercial surgiu o Softbook, que tinha como principal diferença, o fato de ter um modem interno, o que garantia com que a transmissão do arquivo fosse feita sem a necessidade de fazer o download primeiramente por um computador e depois repassar ao leitor portátil via cabo. Mais tarde surgiram ainda outros modelos como o Everybook e o Cytale, que foi o primeiro modelo europeu. Muitos autores e leitores tem procurado os livros digitais por causa da facilidade de poder publicar e obter de forma mais rápida; consequentemente havendo uma nova relação no processo editorial. Isso pode ser visto em Epstein (2002, p.39):

Não se pode prever o futuro dessas tecnologias para o mercado editorial em detalhes, mas os efeitos gerais serão permitir aos leitores e aos escritores um acesso bem mais direto entre si do que o possível no passado e desafiar as editoras a reconhecerem a redução de suas funções e se adaptarem à nova realidade.

A tecnologia através da internet ajuda na venda do livro impresso, pois através dos sites muitos leitores de regiões que não possuem livrarias podem encomendar seus livros e receber em casa, o que tem gerado uma considerável receita por causa da facilidade e comodidade da compra. As livrarias, ao contrário não possuem uma seção de ebooks, sendo esses só disponíveis através de sites para o download, o que é uma desvantagem para o formato digital.

As vantagens do ebooks estão ligadas aos aspectos financeiro e de armazenamento. Com o ebook pode ter uma tiragem praticamente infinita e de distribuição global; o risco de se ter um prejuízo é muito reduzido, devido ao investimento ser menor. A armazenagem do formato digital não ocupa espaço físico, seja na editora, na livraria ou na casa do leitor, necessitando apenas de um servidor que pode transmitir de um aparelho para outro a obra sem que a mesma

seja excluída do local de origem, além de poderem ser feitas atualizações e modificações de conteúdo com mais facilidade.

As dificuldades que os autores têm na barganha com as editoras sobre seu percentual de direito autoral no livro físico são menores nos ebooks, pois não há um critério tão seletivo na escolha das obras graças a publicação eletrônica ser mais rápida, barata e menos complexa. A tecnologia por trás do ebook permite que qualquer pessoa possa escrever e publicar de forma independente um livro, tendo assim uma maior liberdade de expressão. Contudo, essa vantagem gera uma desvantagem, o leitor tem acesso a muito conteúdo e as vezes não consegue filtrar o que lhe interessa. Apesar disso, nunca se teve o espaço alcançado na atualidade, como Epstein (2002) destaca, a internet torna possível uma escolha quase ilimitada de obras e a maior interação entre autores e leitores, o que estimula a leitura.

Outra vantagem em comparação ao livro físico é a velocidade da propagação dos títulos que conseguem atingir os leitores de forma mais rápida e com maior abrangência. A internet é a principal ferramenta dessa vantagem e possibilita a distribuição quase imediata da informação e comunicação, trazem junto a vantagem ecológica, pois não há necessidade de utilização de papel, mas por outro lado temos a utilização de uma quantidade muito maior de energia elétrica.

A principal desvantagem do ebook é que muitos leitores não conseguem se desprender da familiaridade e da conveniência da textura do papel e de manusear o livro sempre que quiser. Logo, a substituição do livro físico pelo digital pode nunca acontecer de forma completa, atualmente é possível substituir em alguns casos, mas em outros não. Essa dificuldade de substituição se deve segundo Salgado, Chimenti e Nogueira (2009, p.4) a:

(...) falta de padrões; forte controle de direitos autorais; falta de diversidade de conteúdo; preços altos do conteúdo eletrônico e do aparelho; limitações dos mesmos; falta de integração entre fornecedores de conteúdo, *hardware*, software e varejistas; e ausência de um mercado robusto.

Quando tratamos de livro digital é de fundamental importância analisarmos as vantagens dos leitores eletrônicos, pois são os mesmos que utilizamos para ler as obras em formato digital. Diferente do livro impresso, o leitor eletrônico possibilita mudanças no tamanho e fonte da letra para que se adapte melhor as necessidades do leitor; o conteúdo adquirido é prontamente acessado; é permitido fazer buscas intratextual e muitas vezes intertextual; não há danos físicos ao texto, dessa forma apresenta maior durabilidade; capacidade de armazenar uma grande quantidade de obras em um único dispositivo.

Uma das facilidades do ebook é que apesar de existirem dispositivos específicos para a leitura com preço elevado e que não são de conhecimento de toda a população, não se faz necessário essa exclusividade. Os leitores podem ler em computadores, celulares e tablets,

desde que os mesmos possuam softwares apropriados a leitura. Existem vários softwares que permite a leitura, mas os com maior abrangência são: o Acrobat Reader ou PDF, o Amazon Kindle, o Microsoft Reader, o Glassbook e o Rockets.

O PDF é incontestavelmente o mais utilizado, pois apresenta vantagens como: apresentação fiel aos documentos impressos, diagramação que permite que seja impressa no mesmo formato, além disso é um software gratuito. O Amazon Kindle tem ganhado espaço principalmente por causa do vínculo com a Amazon e por sincronizar a posição de leitura em todos os dispositivos em que o usuário está logado. O Microsoft Reader foi idealizado para oferecer uma leitura semelhante ao papel. O Glassbook é o que possui o software mais refinado, mas não é muito conhecido pelo grande público. Já o Rockets é utilizado basicamente pelos leitores que possuem o Rocket e-Book, apesar de haver um programa sem custos que simula o aparelho no computador.

3.3. A pirataria no livro digital

A pirataria está presente na economia da cultura como um todo, seja reprodução não autorizada de CDs e DVDs, falsificação de obras de arte e no caso do livro a reprodução física não autorizada através de xerox. Uma cópia pirata é considerada um bem inferior, visto que os consumidores optaram por ela se ocorrer: a inexistência do produto original, um problema de estoque; o preço do bem impossibilita a compra; o interesse em somente uma parte da obra, no caso de CDs, apenas uma faixa e no dos livros, apenas um capítulo; a relação qualidade-preço, a perda de qualidade que o produto pirata tem é compensada pelo menor preço.

No caso do Brasil, a punição por pirataria não é bem executada, pelo fato de que a fiscalização dispense muitos impostos e não há quem esteja disposto a pagá-los, dessa forma, a pirataria no mercado como um todo, irá persistir, a menos que a economia elimine o problema ou corrija-o. Normalmente no Brasil, podemos ver as cópias físicas não autorizadas, a xerox, feitas a partir de livros universitários pelos argumentos apresentados anteriormente para que o consumidor opte por um bem inferior; em outros lugares do mundo encontram-se edições ilegais das publicações. Muitos justificam a pirataria através da xerox pelo fato de não necessitarem de todo o conteúdo presente no livro, mas sim de uma parcela do mesmo; esse é um problema dos livros universitários, não há uma comercialização por capítulos, ou seja, uma fragmentação do produto. Alunos também copiam os livros pelo fato de não os encontrar a venda, não fazerem mais parte do catálogo ou serem muito caros.

De acordo com Grande (2011), o estabelecimento de uma rede mundial de computadores acompanhada do aumento da velocidade de troca de dados permite que haja a

troca de arquivos sem que o conteúdo seja protegido por direito autoral. A existência da troca de arquivos não necessariamente é ilegal, desde de que o conteúdo não seja de propriedade de terceiros. Considerando o que foi dito por Grande, podemos afirmar que o livro eletrônico é não-rival e que o livro eletrônico pirata é também não-excluível, ou seja, é um bem público ilegal, contudo essa questão não será desenvolvida nesse trabalho.

Quando se trata dos ebooks a pirataria ocorre por downloads ilegais, usualmente em sites piratas tais como o Library Genesis, mais conhecido com Libgen, mas existem outros sites que disponibilizam conteúdo pirata. Tais sites constroem sus servidores em países onde as leis contra pirataria são menos rígidas. O Libgen é definido pelo artigo da Wikipedia como um motor de busca que permite acesso aberto a artigos científicos e livros que nos seus portais originais na internet estão como conteúdo restrito mediante ao pagamento pela utilização.

A pirataria é um dos pontos que leva as editoras a resistir em entrar nesse novo nicho, para haver uma maior segurança investe-se de forma maciça em DRM (Digital Right Management). DRM é a gestão de restrições digitais que tem como objetivo controlar e estabelecer um parâmetro de acesso mais restrito ao conteúdo de direito autoral que protege.

Se não considerássemos a pirataria, o direito autoral no ebook teria distribuição quase automática, visto que quase de forma simultânea a editora ou no caso do autor independente, o próprio, teria controle da venda e o valor seria repassado. Quando o consumidor compra do site, as porcentagens são calculadas de forma instantânea.

A DRM embarreira o hábito dos consumidores de emprestar livros, apesar disso, é possível encontrar na internet para download de forma ilegal diversos títulos. A pirataria no ramo editorial traz mais prejuízos do que no musical, pois o autor diferentemente do músico que tem os shows como fonte de renda não tem outra opção de faturamento com sua obra.

3.4. Impacto do livro digital na economia do livro

As inovações tecnológicas têm modificado a prática da leitura através dos novos tipos de conteúdo, promovendo assim mudanças nos modelos de negócio e na cadeia produtiva editorial, mas apesar disso mantém características vindas do século XVI. Na indústria editorial, os livros ocupam a segunda posição, somente atrás dos jornais e por isso há grande importância na questão da alteração da cadeia produtiva do livro.

Na cadeia produtiva do livro impresso, vimos que os autores são dependentes das editoras para a edição dos livros físicos, mas isso não ocorre no que diz respeito ao livro digital. Muitos autores conseguem publicar de forma autônoma os livros em formato digital pelo fato do mesmo ter um baixo custo, ou seja, não há necessidade de um alto capital de investimento,

em alguns casos até mesmo publicam em plataformas gratuitas aos leitores visando com isso servir de vitrine para conseguir contratos e principalmente como meio de divulgação e promoção com os leitores.

Toda essa facilidade que se tem pode gerar um número maior de publicações de obras, tornando assim a concorrência entre obras mais acirrada. Essa concorrência pode apresentar uma vantagem para os autores, pois assim o mercado não estará mais restrito aos grandes best-sellers. A facilidade e baixo custo na publicação traz pessoas que escreviam somente como hobby para ter a profissão de autor, assim muitas editoras descobriram autores em aplicativos como Widbook e Wattpad. A Amazon também cumpre o papel de expor novos autores, pois o próprio autor pode publicar seu livro na plataforma, receber direitos autorais sobre ele e ser descoberto por alguma grande editora.

As vantagens para os autores giram principalmente em torno da questão dos direitos autorais. Questão esta, que afeta autores renomados ou não. A venda dos ebooks faz com que o rendimento que usualmente gira em torno de 10% do preço de capa no livro impresso para o autor possa ser deixado para traz e se tenha uma maior concentração dos rendimentos das obras para o autor, principalmente pois não há as etapas de impressão e distribuição.

No caso das editoras, elasse beneficiam com o impacto de um menor custo de produção, principalmente por não ter os custos com impressão, papel e encadernação; mas a principal diferença se encontra na expectativa de eliminar os problemas que têm com estocagem e encalhe. Sem a necessidade de um alto capital de giro, pois não haverá tanto risco como a impressão física e o risco de se investir em um novo autor será reduzido, o que aumentará os catálogos de cada editora. Com a diminuição do capital de giro será possível que as barreiras à entrada a novas editoras fiquem muito limitadas e assim surja cada vez mais editoras especializadas em assuntos de caráter específico.

Sem que haja o encalhe, as editoras poderão reduzir o preço de capa do livro, visto que é de responsabilidade das mesmas arcar com os custos das devoluções dos livros em consignação as livrarias e por isso acabam por superfaturar o preço de capa, desta maneira o leitor que consome o livro acaba não pagando apenas o preço do livro em si, mas também por uma parcela dos encalhes.

O livro digital pode auxiliar a reduzir os custos da cadeia produtiva do livro físico, pois o mesmo pode servir de termômetro nas estratégias de marketing, divulgação e principalmente na tiragem que será disponibilizada de acordo com a recepção que o mesmo teve na versão

digital. Além disso, o marketing pode ser feito com a liberação de trechos ou até mesmo alguns capítulos como degustação para atrair o interesse de compra dos leitores.

Apesar de um número cada vez maior de publicações, é provável que as editoras continuem com suas atribuições atuais. Isso porque a seleção consegue guiar o leitor a um determinado assunto específico dentre tantas obras. Assim, podemos afirmar que as funções de edição e divulgação que as editoras fazem serão mantidas, ao contrário do que ocorrerá com a função de distribuição, como podemos ver na seguinte passagem Epstein (2002, p.46):

A decisão de aceitar ou rejeitar um manuscrito, as estratégias de revisão e de divulgação, a escolha da arte gráfica e da tipografia quando um manuscrito satisfatório é por fim produzido, o apoio emocional e financeiro aos autores: estes podem ser executados tão somente por seres humanos dotados das qualidades peculiares que formam um bem-sucedido editor ou editor de textos, não importa o quanto o ambiente tecnológico transforme o restante do processo editorial.

Embora o papel do editor seja de fundamental importância, como mostrado acima, é importante que a nova cadeia produtiva atrelada ao livro digital seja diferente da cadeia do livro físico, visto que o papel do autor é ampliado e algumas etapas não existem mais. O que podemos perceber é que o tamanho da editora não traz ganhos para a publicação digital, sendo assim existe uma tendência para que as editoras sejam menores, podendo ou não fazer parte junto a outras na questão financeira.

A distribuição é completamente modificada, pois com o livro digital é feito o download do arquivo momentos após a compra e o leitor não necessita esperar o transporte que encarece o livro e por estarmos em um país de dimensões continentais demora muito tempo. Assim, leitores de todos os estados da federação tem igual disponibilidade de obras.

As livrarias têm interesse em manter em suas prateleiras apenas as obras que possuem demanda, isso devido aos custos de se manter o estoque. Já, com a vantagem de um estoque ilimitado que o livro digital proporciona, as livrarias terão de desenvolver uma plataforma virtual para a venda, beneficiando-se de que o custo de entrega do livro cai a quase zero. Ainda no que tange a distribuição acredita-se que as livrarias virtuais assumirão a função de distribuição, dado que os custos serão restritos a organização do catálogo das obras e ao desenvolvimento e manutenção do software.

As livrarias em lojas físicas não devem desaparecer, pois, muitos leitores, principalmente os tradicionais valorizam a sensação de procurar o livro e o contato físico com o mesmo. Contudo, a organização e público alvo têm de sofrer uma mudança, a internet visa a massa, sendo assim, as lojas físicas devem se diversificar trazendo a convivência através de cafés, oferecendo outros produtos como CDs e DVDs, além de eventos. Para se manter aberta,

a livraria física precisará se especializar e ter pontos que se sobressaíam perante a internet, com um acervo cuidadosamente selecionado.

Quando observamos as dificuldades das bibliotecas em atender ao público por causa do estoque limitado do acervo dos livros físicos, podemos ter uma solução para esse problema com o livro digital que reduziria o espaço necessário e atenderia não somente ao público próximo, mas poderia inclusive emprestar obras para pessoas de outros estados, ou mesmo outros países. Além disso, a disponibilização de audiobooks pelas bibliotecas promoveria acesso a pessoas com deficiência visual e analfabetos.

Embora em vários aspectos o livro digital possa ajudar na inclusão de cada vez mais pessoas na leitura, ele encontra algumas limitações, por causa da renda e da reprodução ilegal. No caso da limitação por causada renda deve-se ao fato de ser necessário toda uma aparelhagem, seja um computador ou algum aparelho eletrônico que suporte o recebimento e a leitura do arquivo, além de uma banda larga para que seja transmitido o arquivo da obra literária. Esse problema, cada vez mais tem desaparecido com a difusão dos smartphones a preços mais acessíveis. No caso do Brasil, a banda larga ainda tem um custo elevado se comparado com outros países como os Estados Unidos, onde o livro digital já tem um marketshare que concorre fortemente com os livros físicos. A reprodução ilegal também afeta o livro impresso, contudo as cópias xerox têm um custo mais alto que o de reprodução de um arquivo eletrônico (que é zero), torna-se mais importante a administração e controle da pirataria.

Uma alternativa à pirataria são as bibliotecas digitais, que ainda enfrentam obstáculos à sua difusão. Um dos entraves as bibliotecas digitais é a questão do direito autoral, pois o mesmo tem cunho territorial, dessa forma, se faz necessário a utilização de tratados internacionais para a aplicação do direito do autor. O direito autoral foi criado em um mundo analógico, o mesmo precisa ser revisado, pois a internet transcende fronteiras. As bibliotecas digitais ajudam a preservar a obra, pois há facilidade de deterioração da obra no papel, podendo assim extinguir-se; além disso há uma maior facilidade de acesso pelos usuários tanto internos como externos, permitido o acesso a catálogo de outras bibliotecas, até mesmo possibilitando que instituições de ensino que não possuem biblioteca obtenham uma solução a baixo custo.

Um caso a se pensar é se o livro digital alcançará a capacidade de remunerar toda a sua cadeia de produção, pois apesar da diminuição de setores na cadeia produtiva, o valor de comercialização do livro digital é usualmente menor que o do exemplar impresso. Se o número de exemplares vendidos for menor, o autor terá uma remuneração mais baixa, pois ganha um percentual sobre o mesmo.

3.5. A determinação do preço do livro digital

Para a precificação do ebook existem alguns modelos, mas em cada parte do mundo há tendências e ideias sobre o quanto um ebook deve custar. Jentetics (2018) apresenta em seu texto alguns modelos para a precificação de ebooks: nas compras diretas há os modelos de atacado e de agência. O primeiro é o modelo tradicional e já utilizado na publicação dos livros impressos, as editoras estabelecem um preço de lista digital, contudo o varejista define o preço final dos ebooks, o modelo atualmente é utilizado pelo Google Play. Esse modelo causa problemas, pois outros varejistas ou até mesmo outro país pode possuir um regulamento de correspondência de preços, assim os editores não são capazes de vender suas obras mais baratas. O modelo de agência é o mais comum, nele, os editores determinam o preço ao leitor, caso haja promoção, editores e distribuidores partilham os custos e receitas.

Alguns varejistas possuem vendas baseadas em assinatura, como é o caso do Kindle Unlimited, Bookmate e Scribd, o cliente pode ler o quanto quiser por uma taxa fixa, para que o usuário obtenha vantagem, o mesmo, precisa ser um leitor voraz. Esse modelo de negócio remunera pelo que os leitores leram, normalmente é pago a editora se mais de 10% da obra for lida, para as editoras há uma remuneração constante se diferentes pessoas lerem regularmente pelo menos parte de seus livros. Existem outros tipos de modelos de assinaturas: em um deles, divide-se o texto em partes e se remunera através de uma porcentagem do preço da lista digital com base no tempo de utilização, assim os editores ganham por quanto a obra foi lida; outro modelo, o pagamento é feito com base na taxa de assinatura, oferecendo dessa maneira flexibilidade e participação para todas as partes da cadeia.

A remuneração dos ebook feita pelas bibliotecas pode ser feita das seguintes formas: pode-se comprar um livro de forma permanente ou por um tempo determinado, cabendo a biblioteca escolher a melhor opção para compra dos seus livros; o pagamento por uso geralmente paga aos editores uma taxa pré-estabelecida, possibilitando que a biblioteca alcance a demanda por uma obra popular, sem que haja um desfalque em seu orçamento; a biblioteca pode remunerar como uma espécie de inscrição, onde editores apresentam ebooks com desconto para uma assinatura anual de todo o seu catálogo ou de grande quantidade de seus títulos; editores podem definir um preço de lista maior, mas permitir que até 5 pessoas leiam ao mesmo tempo.

A Amazon possui uma ferramenta de autopublicação chamada Amazon KDP que proporciona um royalty de 70% ou 35% para o autor dependendo de alguns requisitos: para o autor receber 70% é necessário cobrar pelo ebook um valor entre US\$ 2,99 e US\$ 9,99 e ainda

seja 20% mais barato do que o livro impresso. Ainda segundo Jentetics (2018), a Amazon disponibiliza que o autor faça a venda exclusiva na Amazon por um período de 90 dias, neste período ganha-se royalties, mas essa exclusividade traz um problema para o autor, enquanto o livro está disponível apenas na Amazon, clientes de outros países onde a Amazon não tem a maior participação são perdidos.

Cada autor tem autonomia para precificar seu livro, mas é preciso saber quanto os escritores do gênero estão cobrando, pois se o livro estiver acima dos outros, ele será substituído por um substituto mais barato na escolha do leitor. É extremamente importante que: o autor decida se quer mais leitores ou mais dinheiro, pois um preço baixo traz mais leitores por impulso, mas é associado a uma baixa qualidade.; o autor saiba como é o comportamento do seu público. Livros de entretenimento e ficção são precificados em torno de US\$ 2,99 e US\$ 9,99, enquanto os educacionais, de autoajuda e didáticos vendem por um valor mais alto. O autor pode ainda começar com um valor mais baixo para construir um público e após se consolidar mudar o preço.

A Amazon KDP (Kindle Direct Publishing) não tem por objetivo competir com as grandes editoras, funciona muito bem para os romances. Segundo Jentetics (2018), a Amazon oferece um royalty de 70% ou 35% para o autor de acordo com alguns requisitos. Para receber 70%, o autor deve cobrar entre US \$ 2,99 e US \$9,99, ainda ser pelo menos 20% mais barato do que a versão impressa; além disso é necessário aceitar que o livro esteja disponível para empréstimos na biblioteca do Kindle Owners. Dessa forma, recebesse 70% dos royalties pelos livros vendidos em países específicos e 35% nos outros países.

A participação da Amazon nas vendas de livros impressos continua crescendo na porcentagem de dois dígitos, conforme diz Shatzkin (2018), beirando a metade das vendas no mercado americano. Enquanto isso as vendas da Barnes & Noble diminuem 4% ao ano. O mercado global está crescendo, mas isso se deve a Amazon e aos editores independentes que são os segmentos que crescem, diferentemente das cinco maiores do setor. Nos audiobooks há também um crescimento da participação da Amazon e editores independentes, mas as “Big Five” (Penguin Random House, HarperCollins, Simon & Schuster, Hachette e Macmillan) conseguiram manter sua participação no mercado. Já nos livros impressos, houve uma grande perda de participação das “Big Five” para a Amazon.

Shatzkin (2018) afirma que nas buscas na Amazon de livros das editoras “Big Five”, os preços dos ebooks são de agência com um livro impresso que sofre descontos, o que causa muitas vezes que o físico seja mais barato do que o ebook. Uma desvantagem do ebook é que

o livro impresso além de decorar uma estante, pode ser revendido, o que ainda não é possível para o ebook. A concorrência de preços com a Amazon não é uma estratégia eficaz.

3.6. O ebook voltado para o mercado educacional

As vendas para o governo de livros físicos são o alicerce do mercado editorial no Brasil, pois é o governo que compra em altas quantidades, ou seja, é o grande comprador e por isso pode negociar. Ednei Procópio (2014), em seu livro, afirma que pelo fato do governo ser o grande comprador do mercado brasileiro, os provedores de livros digitais devem comercializar livros orientados para a educação, que são o foco do Estado. O governo já fez compras de tablets e os entregou às escolas, mas sem um conteúdo. Essa falta de conteúdo se deve ao fato de não haver uma plataforma fundamentada em softwares open source. Montar uma plataforma baseada em código aberto parece ser a solução para o governo, mas isso não ocorre por existir interesses das empresas contra isso.

Na educação privada a nível escolar e universitário já existem instituições que fazem uso de plataformas digitais como uma ferramenta complementar ou até mesmo base do ensino. Existem barreiras para o uso de ebooks na educação, a mais importante delas é a exclusão digital, que pode ser causada pelo analfabetismo funcional, pela falta de acesso ou conexão com através da internet.

A biblioteca digital escolar possibilitaria: atender mais usuários com uma quantidade menor de títulos; os empréstimos, devoluções e disponibilização de livros seriam praticamente automáticos; não haveria necessidade de mais espaço para que fosse ampliado o acervo; o controle e análise dos títulos seriam mais rápido e geraria dados mais detalhados, ajudando a direcionar as compras de acervo para os gêneros mais procurados; atendimento de alunos em cursos à distância.

Conclusão

O hábito de leitura está diretamente ligado a questão cultural, ou seja, é muito mais fácil que uma criança que venha de uma família de leitores se torne um leitor, o sistema de ensino também tem seu papel na influência à leitura, assim como o valor simbólico que a cultura atribui ao livro. Alguns fatores quantitativos também influenciam no hábito de leitura, como: o valor cobrado pelo livro e o acesso que se tem ao mesmo. O acesso depende principalmente de uma distribuição bem planejada e eficiente; no Brasil isso não ocorre, pois não temos um número suficiente de pontos de vendas para o número de leitores e ainda as bibliotecas, além de poucas, têm o acervo muito limitado. No caso específico do nosso país, encontramos algumas barreiras ao crescimento da indústria editorial: além das mencionadas acima: não há muitas bibliotecas públicas, o baixo poder aquisitivo da maioria da população e o alto preço do livro faz com que haja um desinteresse da população.

A cadeia produtiva do livro vem sofrendo modificações importantes devido a mudanças na tecnologia, a internet e a globalização, contudo algumas características que vem do século XVI permanecem. Os meios de apresentação do livro não são exclusivos, na verdade servem para ampliar o número de leitores. O livro digital usa um tipo diferente de material para reproduzir a escrita, mas apesar disso, a estética se baseia muito no formato textual e até mesmo a diagramação do livro impresso. É possível reduzir drasticamente os custos em algumas partes da cadeia produtiva com a ajuda da tecnologia e da internet.

As editoras continuam com uma grande importância na cadeia produtiva por causa da edição e da divulgação que são importantes em ambos os formatos do livro. Já a distribuição será reduzida no caso dos ebooks as plataformas dos sites, os autores diferentemente dos distribuidores terão seu papel na cadeia produtiva ampliado, dessa forma, terão uma maior participação nos lucros devido ao seu aumento no poder de barganha.

O principal complicador para a expansão em massa do ebook é que não existe apenas um formato, mas sim vários, entre eles: o pdf, o mobi e o epub. A produção em vários formatos digitais não é viável as editoras, o que complica a adoção das mesmas ao formato digital sem que haja um padrão. Por outro lado, há vantagens dos ebooks sobre os livros impressos: a obra literária chega instantaneamente onde o leitor está após a compra, tornando mais fácil o acesso aos títulos para consumidores que estão nas regiões mais afastadas dos grandes centros econômicos; há uma ligação direta entre oferta e demanda pela internet, não há o problema de ter estoque a mais ou a menos, não se corre o risco de haver demanda e não ter o produto para

entrega e assim haver queda nas vendas; os custos de produção do ebook são menores devido a cadeia de produção mais simplificada.

O livro digital gera um mercado mais descentralizado, assim é possível o surgimento de novas editoras que necessitarão de um capital de giro muito menor do que é exigido pelo livro impresso, se torna viável também a autopublicação, por não exigir um número mínimo de tiragens que o físico impõe. Essa facilidade do ebook proporciona um aumento na quantidade de títulos no mercado, o que por sua vez faz com que algumas obras nunca sejam encontradas pelos leitores. O consumidor com o auxílio da internet tem acesso a um catálogo de títulos muito maior do que qualquer ponto físico de venda nos dias atuais seria capaz de suportar, sendo que esse catálogo pode ser de ebooks ou até mesmo livros impressos que serão entregues no lugar que o leitor desejar.

O livro digital proporciona uma relação mais próxima do autor com os leitores, relação esta, baseada principalmente por causa das comunicações via internet. Apresenta um número cada vez maior de obras para sua escolha e um formato mais moderno. É de fundamental importância o hardware que os leitores utilizam para a leitura, pois se o mesmo não possuir um software compatível com o formato do livro digital, não será possível ler o arquivo. O leitor eletrônico, seja ele específico ou não, possibilita interações com o texto que o livro físico não é capaz. O aumento da letra faz com que se torne mais confortável para pessoas que tem dificuldade com as letras pequenas de alguns livros, os audiobooks possibilitam a inclusão de pessoas com deficiência visual, além de ter uma maior durabilidade do arquivo perante a folha de papel e em um dispositivo pode armazenar uma grande quantidade de arquivos. O livro digital se adequa até certo ponto as necessidades do seu leitor, tornando a experiência de leitura com características individuais. Essas características trazem inclusão para a leitura, o que o livro impresso não faz, exceto o livro em braile.

A biblioteca digital não necessita de mais espaço para ampliar sua quantidade de títulos, pois se utiliza do mesmo servidor já instalado. Milhares de arquivos podem ser armazenados em um único servidor que ocupa um espaço mínimo com relação as imensas prateleiras que precisariam ser montadas para acomodar todos os títulos, se os mesmos estivessem na forma impressa. Além disso, uma biblioteca digital é capaz de atender não somente seu público local, mas até mesmo pessoas em outros países.

A pirataria tem uma função parecida com a das bibliotecas digitais, só que no caso da pirataria essa função é ilegal. As bibliotecas digitais têm o consumo não-rival, a pirataria do livro digital também é não-exclusível, tornando-se assim um bem público ilegal. A punição por

pirataria no Brasil não é aplicada, assim a pirataria vai persistir por falta de fiscalização. Esperar que o próprio mercado acabe com a pirataria é ser muito otimista, a fiscalização é mais custosa do que os benefícios que traria.

As inovações tecnológicas já alteraram o hábito de leitura de muitas pessoas e a cadeia produtiva da indústria editorial está em profunda transformação. Contudo, muitos leitores ainda se sentem mais confortáveis com o livro impresso, o que é perfeitamente normal, pois com os CDs e DVDs aconteceram a mesma coisa. O livro impresso está profundamente enraizado no comportamento de alguns leitores mais tradicionais, mas temos uma nova geração de leitores apendendo a ler na tela, uma leitura muitas vezes mais rápida que na versão impressa. O livro impresso não deixará de existir, mas o crescimento da penetração do ebook tornará em alguns anos o ebook um competidor tão forte quanto o livro impresso dentro do setor. Para o consumidor final, o aumento da produção dos ebooks vai implicar num maior número de títulos, que por sua vez, forçará uma diminuição do preço de capa dos livros impressos para que possam competir com os ebooks.

Referências Bibliográficas:

DIAS, Luciola. **O mercado editorial brasileiro e os impactos do livro digital**. 41f. Monografia – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010

EPSTEIN, Jason. **O Negócio do Livro**: Passado, presente e futuro do mercado editorial (Tradução: Zaida Maldonado). Rio de Janeiro: Record, 2002

EARP, Fábio S.; KORNIS, George; PRADO, Luiz C. D. **O Livro Eletrônico e o Futuro das Livrarias** [Mimeo]. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.

ESAÚ, Vera. (org.). **Relatório de Gestão Câmara Brasileira do Livro 2011**. São Paulo: CBL. Disponível em: < <http://cbl.org.br/a-cbl/relatorio-de-gestao>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

_____. **Relatório de Gestão Câmara Brasileira do Livro 2012**. São Paulo: CBL. Disponível em: < <http://cbl.org.br/a-cbl/relatorio-de-gestao>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

_____. **Relatório de Gestão Câmara Brasileira do Livro 2013**. São Paulo: CBL. Disponível em: < <http://cbl.org.br/a-cbl/relatorio-de-gestao>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

_____. **Relatório de Gestão Câmara Brasileira do Livro 2014**. São Paulo: CBL. Disponível em: < <http://cbl.org.br/a-cbl/relatorio-de-gestao>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

_____. **Relatório de Gestão Câmara Brasileira do Livro 2015**. São Paulo: CBL. Disponível em: < <http://cbl.org.br/a-cbl/relatorio-de-gestao>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

_____. **Relatório de Gestão Câmara Brasileira do Livro 2016**. São Paulo: CBL. Disponível em: < <http://cbl.org.br/a-cbl/relatorio-de-gestao>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. 2016. **Censo do Livro Digital**. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/censo-do-livro-digital/>>. Acesso em: 13 nov. 2017

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. 2016. **Desempenho do Mercado Livreiro: Uma análise de 10 anos da pesquisa produção e vendas do setor editorial brasileiro**. Disponível em: < http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2016/08/10-ANOS-PESQUISA_Fipe.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2017

GINSBURGH, V. A. & THROSBY, D. **Handbook of the Economics of Art and Culture**. Amsterdam: North Holland, 2008.

GRANDE, Paulo V. **Bibliotecas digitais e o acordo Google**. Amazon. 2011.

IBGE. (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Perfil dos Municípios Brasileiros de Gestão Pública. 2005.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. 2001. **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo, Instituto Pró-Livro. Disponível em: < <http://www.snel.org.br/dados-do-setor/retratos-da-leitura-no-brasil/>> Acesso em: 13 nov. 2017

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. 2008. **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo, Instituto Pró-Livro. Disponível em: < <http://www.snel.org.br/dados-do-setor/retratos-da-leitura-no-brasil/>> Acesso em: 13 nov. 2017

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. 2012. **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo, Instituto Pró-Livro. Disponível em: < <http://www.snel.org.br/dados-do-setor/retratos-da-leitura-no-brasil/>> Acesso em: 13 nov. 2017

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. 2016. **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo, Instituto Pró-Livro. Disponível em: < <http://www.snel.org.br/dados-do-setor/retratos-da-leitura-no-brasil/>> Acesso em: 13 nov. 2017

JENTETICS, Kinga. **Ebook Pricing Guide for Different Markets – How to do it right**. Disponível em: < <https://publishdrive.com/ebook-pricing-strategy/>>. Acesso em: 6 mar. 2018.

MERKOSKI, Jason. **Burning The Page**. Sourcebooks. 2013

MESQUITA, Isabel Chaves Araújo; CONDE, Mariana Guedes. **A evolução gráfica do livro e o surgimento dos e-books**. IN: X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – São Luís/MA, junho de 2008

PROCÓPIO, Ednei. **A Revolução dos eBooks. A Indústria dos Livros na Era Digital**. SENAI-SP, 2014.

SALGADO, Ana Helena Seuánez. **O Impacto das Novas Tecnologias na Indústria Editorial do Livro**. 188f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto COPPEAD de Administração, 2008

SALGADO, Ana Helena Seuánez; CHIMENTI, Paula Castro Pires de Souza; NOGUEIRA, Antonio Roberto Ramos. **O Impacto das Novas Tecnologias na Indústria Editorial do Livro**. IN: XXXIII Encontro da ANPAD – São Paulo, setembro de 2009

SANTOS, Aparecida Ribeiro dos *et al.* **O destino da editoração, do livro e da leitura na era web**. IN: *Anais XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – INTERCOM* – Campo Grande/MS, Setembro 2001.

SHATZKIN, Mike. **A changing book business: it all seems to be flowing downhill to Amazon**. Disponível em: <<https://www.idealogue.com/blog/changing-book-business-seems-flowing-downhill-amazon/>>. Acesso em: 6 mar. 2018.

SHATZKIN, Mike. **If Amazon pricing of ebooks is the problem, is agency actually the right solution?**. Disponível em: < <https://www.idealogue.com/blog/if-amazon-pricing-of-ebooks-is-the-problem-is-agency-actually-the-right-solution/>>. Acesso em: 6 mar. 2018.

SILVA, G. M. S. & BUFREM, L. S. **Livro eletrônico: a evolução de uma idéia**. IN: *Anais XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – INTERCOM* – Campo Grande/MS, Setembro 2001.

SOUZA, Carlos A. C. **Mercados culturais no Brasil: a expansão dos shoppings centers e das livrarias megastores**. 2017. Disponível em: <<http://redalyc.org/html/938/93851195006>>. Acesso em: 22 fev. 2018

TOLILA, Paul. **Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas** (Tradução: Celso M. Pacionik). São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007